CARAVANA LULA PELO BRASIL: a disputa de imagem pública entre o PT e a imprensa[1]

THE CARAVAN OF LULA THROUGH BRAZIL the public image dispute between the PT and the press

Ângelo Jorge Neckel [2]
Maria Helena Weber [3]

Resumo: *Este artigo analisa aspectos da formação da imagem pública do ex-presidente Lula nas etapas Nordeste e Sul da Caravana Lula pelo Brasil. São investigadas as produções de visibilidade política no site do PT e as coberturas das versões online dos jornais Folha de São Paulo e Zero Hora. O referencial teórico abrange os conceitos de democracia representativa em Bobbio, (1992); Dahl (2001); de imagem pública e suas ancoragens em Domenach (2005); Esteves (2016); Gomes (2004); Landowski (1992); Weber (2006; 2007); Max Weber (1999). A metodologia consiste na análise da visibilidade com Landowski e de enquadramentos com Azevedo (2017) e Porto (2004). Os resultados indicam versões concorrentes para a construção e desconstrução da imagem de Lula. Predomina nos jornais, as sínteses de abandono e hostilização ao ex-presidente e no site do PT, o seu poder e a sua relação com o povo. .*

Palavras-Chave: Imagem Pública. Caravana Lula pelo Brasil. Imprensa e Propaganda.

Abstract*: This paper analyzes some aspects of Luiz Inácio Lula da Silva' public image - former President in steps Northeast and South of the Caravan of Lula through Brazil . The aim is to investigate the political visibility in PT's website and covers the online versions of the newspaper Folha de São Paulo and Zero Hora. The theoretical basis covers the following concepts: representative democracy (Bobbio, 1992; Dahl, 2001); public image and their anchorages (Domenach,2005; Esteves, 2016; Gomes, 2004; Landowski, 1992) e Weber, 2006; 2007) and the charisma in Max Weber (1999). The methodology operates with the concept of visibility (Landowski) and frameworks (Azevedo, 2017; Porto, 2004). The results indicate competing versions for the construction and deconstruction of Lula's image. The results indicate that newspapers dominate the synthesis of abandonment and harassment of the former president. The PT website, of course, promotes Lula's power and his relationship with the Brazilian people.*

Keywords: *Public Image. Caravan of Brazil's Lula. Press and Publicity.*

---

[1] Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho *Comunicação institucional e imagem pública* do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

[2] Mestre pelo PPGCOM/UFRGS e jornalista vinculado ao Observatório de Comunicação Pública/ NUCOP.. (angeloneckel@gmail.com)

[3] Doutora em Comunicação. Professora titular da UFRGS. Professora no PPGCOM/UFRGS. Pesquisadora bolsista no CNPq. (maria.weber@ufrgs.br)

CARAVANA LULA PELO BRASIL:
a disputa de imagem pública entre o PT e a imprensa

Esse é tempo de partido,
tempo de homens partidos.
Em vão percorremos volumes,
viajamos e nos colorimos.
A hora pressentida esmigalha-se em pó na rua.
Os homens pedem carne. Fogo. Sapatos.
As leis não bastam. Os lírios não nascem
da lei. Meu nome é tumulto, e escreve-se
na pedra. (Nosso Tempo, 1945)
(Carlos Drummond de Andrade)

1. Introdução

A compreensão sobre o conceito Imagem Pública permite identificar o modo com que um candidato a determinado cargo político deseja ser visto; como promoverá essa visibilidade estrategicamente planejada pela campanha política, e qual será sua performance nas cenas de disputa de poder. Simultaneamente, esta imagem receberá elementos gerados por outros discursos, especialmente pela imprensa. É dessa junção que a opinião pública emite sua opinião e constrói a imagem pública.

Esse artigo aborda aspectos que incidem sobre a formação da imagem pública de Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), na condição de pré-candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) à presidência da república, em 2018. Estudamos essa imagem associada ao acontecimento *Caravanas Lula Pelo Brasil,* especificamente, na passagem do ex-presidente por municípios da região Nordeste do País e a última etapa, em episódios ocorridos no Rio Grande do Sul. São analisadas as estratégias de visibilidade na construção das caravanas, conforme textos publicados no site do PT, e os enquadramentos da Caravana nas matérias dos jornais *Folha de São Paulo* e *Zero Hora*.

Como premissa, entendemos as Caravanas como um evento estratégico da propaganda do PT para mobilizar a candidatura de Lula e seu reconhecimento pelo povo. Para tanto foram acionados dispositivos técnicos, discursivos e simbólicos, em busca de opiniões, reações e manifestações que resultariam em votos. Entendemos, também, que a cobertura da imprensa e dos meios de comunicação aponta aspectos da Caravana construída por critérios editoriais

políticos. É nesta fronteira que podemos entender a construção da imagem pública do Lula em busca da reeleição à presidência.

Os episódios ressaltados pela propaganda do partido concorrem, ou se alinham, aos enquadramentos realizados pela imprensa, representada neste estudo por versões online dos jornais *Folha de São Paulo (FSP)* e *Zero Hora (ZH). A FSP* foi escolhida como mídia de referência nacional e por ser o veículo com mais acessos na internet (FSP, 2019). O jornal ZH foi definido por critérios geográficos (Rio Grande do Sul) e de audiência. Ambos os jornais devem exercitar o jornalismo como lócus de credibilidade e, normativamente, produtor de verdades, o que permite colocar em dúvida a imagem de sujeitos e instituições políticas. Entende-se que as Caravanas provocam o acirramento de tensões entre o Estado, a sociedade, o PT e as organizações midiáticas. De um lado, a aposta no encarceramento de Lula e do outro, a busca de legitimação para tentar voltar ao poder.

Justificamos esse estudo por sua importância histórica, política e comunicacional definida por disputas de visibilidades entre partido, - no que tange às estratégias para produção de visibilidades favoráveis e em defesa de Lula presidenciável -, e da imprensa, - lócus normativo de produção de verdades, que coloca em dúvida a imagem de candidatos -, e do protagonismo de Lula na política nacional durante o período pré-eleitoral, além de atentar para um fragmento importante para a compreensão do debate em sociedade sobre as eleições de 2018.

O eixo teórico abrange conceitos de democracia (BOBBIO, 1992; DAHL, 2001; THOMPSON, 1995), propaganda política (ALBUQUERQUE, 2002; DOMENACH, 2005; REES, 1995) imagem pública e visibilidade política (BALDISSERA, 2006; ESTEVES, 2006; GOMES, 2004; LANDOWSKI, 1992; WEBER, 2004; 2007), e o carisma de Max Weber (1999), além de enquadramento jornalístico (ALDÉ, MENDES e FIGUEIREDO, 2007; AZEVEDO, 2017; PORTO, 2004).

A metodologia privilegia a identificação, classificação e análise dos textos da cobertura das etapas da *Caravana Lula pelo Brasil* a partir dos parâmetros dos enquadramentos jornalísticos, das valências de textos interpretativos e categorias externas e internas aos textos noticiosos: título; sujeitos; argumentos; instituições;

e enfoques, tensionadas com o referencial teórico de Imagem Pública. Constituem o corpus de pesquisa, os 14 textos publicados na versão online da Folha de São Paulo entre o dia anterior e o dia posterior à Caravana no Nordeste (16 de agosto a 06 de setembro de 2017) e 19 textos publicados em Zero Hora entre o dia anterior e o dia posterior à passagem da Caravana no Rio Grande do Sul (dias 18 e 24 de março de 2018). Da primeira etapa da caravana (Nordeste), foram selecionadas 17 matérias publicadas no site do PT e 13 textos para o período equivalente ao das Caravanas no Rio Grande Sul.

Apresentamos este artigo em três partes. A primeira apresenta a abordagem teórica sobre democracia e eleições, visibilidade política e imagem pública. A segunda demonstra o objeto de pesquisa, com síntese dos principais eventos da Caravana no Nordeste e no Sul, além dos processos, julgamento e condenação de Lula no mesmo período. A terceira consiste na análise das visibilidades nos sites do PT e investigação destas e seus enquadramentos nos respectivos sites dos jornais definidos. Anexamos, também, quadros de fotografias referenciadas no texto, como ilustração do acontecimento aqui contado em parte.

2. Democracia e eleições

Inúmeros autores debatem o conceito de democracia representativa, com apresentação do modelo democrático, críticas e sugestões de melhorias embasadas em parâmetros da democracia deliberativa. Abordamos de modo geral este modelo e seus autores.

Para Schumpeter (1961), o modelo mais factível de democracia se traduz na possibilidade de uma minoria legitimamente governar a partir da escolha por eleições livres e de periodicidade regular. Ele compara a democracia representativa com a lógica concorrencial do mercado, com produtores (partidos políticos) e produtos (sujeitos políticos) a serem adquiridos pelo cidadão/eleitor. Além disso, trata da participação da população como empecilho para a estabilidade política dos governos, considerando-a desinteressada e apática. Ao encontro dessas sentenças, Bobbio (1986) afirma que o caráter jurídico-constitucional do Estado Democrático é responsável por definir quem está autorizado a tomar decisões coletivas e de quais maneiras. J.B Thompson (1995)

atenta para a predominância da democracia representativa no século XX acoplada a um mercado econômico, mas tece críticas à democracia representativa, em função do descontentamento dos indivíduos com instituições políticas em via do distanciamento entre discursos e ações de políticos profissionais diante dos anseios da população, responsabilizando-a por não abranger a participação dos indivíduos. Thompson (1995) aposta no modelo de democracia deliberativa, não necessariamente em contato face a face, que se baseia em trocas responsivas de argumentações racionais em condições de igualdade e de publicidade entre os indivíduos ou grupos interlocutores.

Em perspectiva complementar, Dahl (2001) também reflete sobre a factibilidade dos ideais democráticos, no entanto, diferente de Schumpeter, relativiza a falta de interesse da população diante da política institucional e atuação dos governos, cabendo a ela vigiar e controlar ações dos representantes políticos. O autor, com base na deliberação pública, afasta a ideia de apagamento da etapa de deliberação racional para tomada de decisões a qual junto a outros critérios ajuizariam o melhor caminho possível para a construção de um sistema político, como a participação efetiva da igualdade de votos na etapa decisória, compreensão esclarecida e inclusividade.

Junto às críticas e sugestões de Thompson (1995) para qualificação da democracia, as concepções de Dahl (2001) são utilizadas como parâmetro para refletir sobre a qualidade das democracias, descentralizadas e voltadas para o interesse da população em debates no âmbito do Poder Legislativo e do Executivo.

3. Visibilidade Política e Imagem pública

Enquanto a democracia é construída na opinião e na participação do povo. A construção desse processo ocorre pelos votos que decorrem, também, da formação da imagem pública de sujeitos políticos. Estes são dependentes do reconhecimento contínuo junto ao partido, aos meios de comunicação de massa e à sociedade e, consequentemente, da imagem pública que determina, em muito, a eleição e indicação de cargos representativos.

Relacionada ao que é possibilitado perceber a respeito da personalidade do

indivíduo, o processo de construção da imagem pública envolve o planejamento e produção de sinais por estruturas de comunicação do partido político com intenções de induzir a apropriação do conteúdo desses materiais por meios de comunicação de massa, obtendo-se maior sucesso à medida que os enfoques dos *media* se aproxime dos enfoques propostos na propaganda política para aproximação da imagem-modelo projetada.

Na perspectiva da visibilidade, Landowski (1992) problematiza a transformação dos negócios públicos em instrumentos de persuasão do eleitorado, do mesmo modo que critica o crescimento da indiscrição do poder público devido ao levantamento de dados da população. A produção de visibilidades favoráveis, a sujeitos políticos e as estruturas de comunicação que os amparam na fabricação de espetáculos em busca de adesão junto ao público, importam para o autor. Assim, dão a ver ou encobrem na representação de papéis públicos e privados frente à visibilidade conferida pelos *media*. O autor salienta que o regime do privado não necessariamente pertence ao indivíduo, à esfera do interior de si mesmo, apartado do coletivo; ao contrário, pontua que o indivíduo adquire noção de si a partir da coletividade, tornando-se um eu socializado. Assim, aborda a existência de uma coletividade privada, ou seja, de uma intimidade comunitária, ou segredo compartilhado. Nisso estão ancorados os regimes de visibilidade, no qual dois sujeitos individuais ou coletivos se veem, em representação de papéis públicos e privados. Tais sujeitos manifestam os desejos de querer, dever, saber e poderem ver um ao outro, especificamente em relações de *complementaridade, conformidade, contradições e contrariedades*.

A complementaridade e a conformidade exprimem pactos de manutenção da privacidade de quem é visto ou interesse mútuo de dois sujeitos individuais ou coletivos se verem. As relações de complementaridade abrangem situações em que o observador ignora cenas que convém ao sujeito observado manter em segredo. Quanto à conformidade, pode-se mencionar a ostentação do sujeito político que quer ser visto no desempenho de atividades públicas e desperta o interesse de apoiadores.

As contradições e contrariedades expressam confrontações polêmicas entre o que sujeitos tentam visibilizar ou encobrir. As primeiras abrangem a confrontação entre o exibicionista, que quer ser visto, e espectadores que não

demonstram interesse em vê-lo. Por outro lado, ocorre a situação de voyeurismo quando o observador pretende acessar cenas da vida privada do observado, para quem é vantajoso ficar incógnito. Já as contrariedades, podem se referir ao atrevimento do sujeito que quer ser visto no exercício de ações orientadas pela propaganda política diante de um público que sabidamente não quer vê-lo.

3.1. A propaganda e a política

Quanto aos princípios da propaganda política para fabricação de imagens, Domenach (2005) observa premissas e leis da propaganda política agradável ao eleitorado. Uma delas é a repetição constante dos temas centrais por órgãos de propaganda, com pequenas alterações de forma. Segundo o autor, esta unicidade não raro corresponde ao final apoteótico de uma campanha de propaganda, que idealmente parte de um marco importante e progride até o encerramento, com a exaltação do candidato.

A personalização é a tônica em disputas eleitorais e as diferenças entre adversários políticos ocorrem mais ao nível pessoal do que ideológico, conforme Albuquerque (2002). Desse modo, compete aos sujeitos políticos construir e ressaltar a reunião das qualidades de bom orador e de aparência admirável para obtenção do voto. Segundo Grabe e Bucy (2009, p.101), o melhor candidato, em termos de imagem endossada pelo marketing, possui aparência de estadista e demonstra compaixão, popularidade e simplicidade.

Quanto à capacidade comunicacional do político, Domenach (2005) afirma que a argumentação da propaganda e das falas do sujeito idealmente visam a simplificação da campanha, a exemplo de palavras de ordem e slogans de fácil compreensão. Para Rees (1995, p.71-72), outras qualidades ideais são a popularidade, o bom humor e o otimismo. Inversamente, as autocríticas e as advertência publicizadas da política à própria propaganda podem ser interpretadas como sinais de fraqueza (DOMENACH, 2005). Ainda conforme o autor, as críticas contidas na propaganda política são endereçadas a adversários e/ou inimigos. Como afirma Rees (1995, p.111), quando “um inimigo fornece um foco para os seguidores de um candidato; eles podem definir a si mesmos identificando o inimigo que odeiam coletivamente”.

3.2 A imagem pública

A imagem sofre construções, desconstruções e reconstrução constantes junto aos imaginários e à opinião. O controle das emissões produzidas por estruturas de comunicação de partidos políticas fica a cargo do público da esfera de visibilidade pública - constituída pelo conjunto de emissões de meios de comunicação de massa, fundamental para as discussões e formação de opiniões da sociedade -, que aciona um repertório de informações prévias e presentes para construir as interpretações sobre a imagem do sujeito político com o maior potencial de alcance junto a audiências (GOMES, 2008).

A imagem pública é produzida no interior da opinião pública, vinculada aos conceitos de público e de espaço público. O primeiro é formado por grupos de indivíduos que estabelecem sociabilidades concretas entre si com certo tipo de interdependência e prescindem de espaços físicos para se reunir. O caráter simbólico dos públicos refere-se ao que o autor define como espírito de intelectualidade, passível de dotar de racionalidade as ideias, convicções e sentimentos nas formas de sociabilidade, de maneira calculista e criteriosa (ESTEVES, 2016, p.152). O espaço público, lócus de congregação de diferentes públicos, reúne conteúdos manifestados via opiniões ancoradas em temas voltados ao atendimento das vontades da coletividade.

Formada a partir das percepções dos sujeitos e públicos sobre sujeitos, comportamentos e tudo sobre o qual pode ser formada certa impressão, a imagem pública pode ser sintética, isto é, alicerçada no reforço de um ou poucos aspectos atribuídos à personalidade do indivíduo, pertencendo ao que parece ser e não necessariamente à ordem do verdadeiro. Constrói-se, assim, através do repertório individual/social, competências, cultura, imaginário e história, dentre outros elementos (BALDISSERA, 2006, p. 278).

Um dos principais conceitos associados à ancoragem da imagem pública é o carisma, na histórica acepção de Max Weber (1999; 2015), como a qualidade portada por líderes dotados do dom da graça, característica necessária para conquista de seguidores/eleitores, responsáveis por reconhecer ou não tal capacidade. No âmbito da política, a liderança carismática se relaciona com o carisma burocrático operado por critérios específicos, como econômicos, jurídicos

e administrativos.

Para este artigo, interessam dois tipos de liderança carismática: aquela pertencente ao carisma puro e a liderança vinculada ao carisma racionalizado. O primeiro exercido por reis, feiticeiros e heróis aos quais se atribuem qualidades extra cotidianas, como dons físicos e espirituais específicos considerados sobrenaturais.

Por se distanciar do exercício de atividades profissionais remuneradas, o ganho de dinheiro de maneira racional e sistematizada é sempre condenável. Nisso, a fé depositada no líder carismático é condicionada à personalidade e qualidade do líder, a exemplo de seu caráter revolucionário e criativo intransferíveis. O penúltimo predicado ocorre através da ruptura com estruturas racionais, a exemplo do partido político, suspendendo valores institucionais em tempos de crise e criando condições para que novos grupos tomem controle. Já a criatividade, trata-se da novidade capaz de originar caminhos inéditos tomados pelo coletivo.

Quanto à liderança vinculada ao carisma racionalizado, atua na emoção das massas, efêmeras e de efeitos imprevisíveis, sobre a qual incidem a racionalização do carisma através de crivos institucionais. Os juízos dessas instituições sociais podem interferir ou acelerar o perecimento do líder, em vista da transitoriedade do carisma. A título de exemplo, o Estado pode empregar o uso legitimado da força para prender determinado sujeito político, colocando seu carisma à prova. As *Caravanas de Lula pelo Brasil* se constituem em acontecimentos que desencadeiam diferentes impactos e afetos. E seu planejamento tem como base a certeza de que Lula é um líder carismático, cuja força é capaz de gerar manifestações de alegria e de ódio.

4. Caravanas Lula pelo Brasil e a prisão

O acontecimento Caravanas Lula pelo Brasil, criado pelo PT, teve como objetivo manifesto visitar municípios de todas as regiões do País para acompanhar a situação social da população frente às implementações de políticas públicas durante os mandatos federais do PT entre 2003 e 2014 e os riscos de desmantelamento dessas mesmas ações de governo e das consequências para a

população após Michel Temer (MDB) se tornar presidente. O evento teve como precedente as Caravanas pela Cidadania, realizada pelo PT de 1992 a 1994 e também com Lula de protagonista. À época, foram visitados municípios de todos os estados para descobrir as demandas sociais da população e mostrar os lugares mais desassistidos em termos de desenvolvimento humano. As filmagens das Caravanas pela Cidadania seriam mostradas no horário eleitoral de propaganda política, entretanto, a Resolução nº 14.234 do Tribunal Superior Eleitoral, aprovada em junho de 1994, passou a proibir a veiculação de imagens externas, permitindo apenas filmagens em estúdio.

Mais de 25 anos depois da primeira caravana, o projeto Caravanas Lula pelo Brasil deveria percorrer o País em quatro etapas. Na primeira, Lula viajou por municípios de todos os estados da região Nordeste no período entre 17 de agosto e 05 de setembro. A segunda percorreu Minas Gerais de 23 a 30 de outubro. A terceira, denominada etapa Sudeste, teve atos no Espírito Santo e no estado do Rio de Janeiro entre 04 e 08 de dezembro. Por fim, Lula visitou a região Sul de 19 a 28 de março, data do ato de encerramento das Caravanas, que originalmente previa uma última etapa a percorrer municípios do interior de São Paulo.

Na etapa Nordeste, Lula se reuniu com lideranças políticas locais, realizou atos públicos com a presença da militância e de simpatizantes, recebeu título de doutor honoris causa concedido por universidade pública construída durante seu mandato, além de visitar localidades e iniciativas econômicas, em capitais e cidades interioranas, beneficiadas por programas do governo. Lula também concedeu entrevistas a veículos jornalísticos da região Nordeste, que repercutiram as visitas.

Na etapa Sul das caravanas, Lula, o partido e militantes foram hostilizados e sofreram violência nos três estados da região (Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná). No RGS, poucas vezes passaram incólumes de protestos que continham agressões físicas contra apoiadores de Lula, incluindo arremessos de pedras, bloqueios de estradas, xingamentos e ameaças. Ao mesmo tempo, o ex-presidente recebeu homenagens de universidades públicas, encontrou-se com ex-presidentes de países vizinhos e realizou visitas a monumentos importantes.

No período que antecede a Caravana Lula pelo Brasil, o ex-presidente já respondia a processos jurídicos relacionados a atos de corrupção, em

depoimentos e condenações da Operação Lava-Jato. Em março de 2016 foi levado de maneira coercitiva à Polícia Federal; em setembro, denunciado pelo Ministério Público Federal, prestou depoimento na 13ª Vara Federal de Curitiba; foi condenado a 9 anos e 6 meses de prisão pelo juiz Sérgio Moro, em julho de 2017 e, em janeiro de 2018 teve essa sentença aumentada para 12 anos e 1 mês de prisão pelo Tribunal Regional da 4ª Região, em Porto Alegre, sob protestos e manifestações nacionais.

Em janeiro de 2018, a Caravana Lula pelo Brasil já havia iniciado, assim como a campanha pré-eleitoral. Neste ano, o nível de tensão da democracia brasileira era medido pelas disputas discursivas da Imprensa, do judiciário e dos partidos; a passagem da caravana; a contestada prisão de Lula[4] e a dúvida sobre o candidato do Partido dos Trabalhadores, em 2018.

5. Enquadramentos das Caravanas

Conceituação de enquadramento por Entman (1993) envolve a organização das notícias, que prioriza aspectos da realidade e descarta outros, de modo a diagnosticar possíveis cenários, avaliá-los e apontar soluções para estes, procedimentos que remetem a características também de textos opinativos dentro do jornalismo, como também em uma perspectiva referente aos efeitos dos enquadramentos para o debate em sociedade. Contudo, conforme Entman (1993), a identificação de um conjunto de enquadramentos pelo pesquisador não garante influência no pensamento da audiência. No máximo, permite uma estimação da influência. Mais, problematiza que a metodologia para análise de enquadramentos recorre ela própria a pacotes de sentidos por quem a aplica, ressalva que se encontra para além da obrigatoriedade de se chegar a resultados idênticos em uma pesquisa através da replicação do método e da subjetividade do pesquisador concretizada na escolha de seus objetos.

A análise da cobertura jornalística sobre as etapas das caravanas foi realizada a partir do seguinte corpus:

[4] O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, ainda é mantido preso, em Curitiba, sendo considerado por organismos internacionais, como preso político.

a) CARAVANA NA ETAPA NORDESTE
- **Site do Partido dos Trabalhadores**
  - 17 textos publicados
- **Folha de São Paulo (SP)** - on line:
  - 14 textos entre 16/08/2017 e 6/9/2017;
  - 11 textos noticiosos e 03 interpretativos

b) CARAVANA NA ETAPA RIO GRANDE DO SUL
- **Site do Partido dos Trabalhadores**
  - 13 textos publicados
- **Zero Hora (RS)** – on line
  - 19 textos entre 18/03/2018 e 24/03/2018
  - 17 textos noticiosos e 2 interpretativos.

Nos textos interpretativos, serão identificadas valências, tentativas de mensuração dos valores dos conteúdos da imprensa à persona de um político, de acordo com as regras utilizadas por Azevedo (2017, p. 123) em adaptação ao método proposto por Aldé, Mendes e Figueiredo (2007). Elas podem ser positivas, negativas ou neutras e respeitam as seguintes características:

> (1) a valência é positiva se o conteúdo analisado encerra uma avaliação ou menção de ordem pessoal, moral, política ou avaliação e menção favorável de programas, projetos e ação de partidos ou governo; (2) a valência é negativa se o conteúdo analisado encerra uma avaliação ou menção de ordem pessoal, moral, política ou de desempenho nas funções públicas negativa a políticos ou avaliação e menção desfavorável na avaliação de programas, projetos e ação de partidos ou governo; (3) a valência é neutra se o conteúdo analisado não apresenta nem elementos positivos nem negativos na avaliação ou menção de ordem pessoal, moral, política ou de desempenho nas funções públicas a políticos ou na avaliação e menções a programas, projetos e ação de partidos ou governo. Em caso de matérias ambivalentes, em que há equilíbrio entre elementos positivos e negativos, o conteúdo é considerado neutro [...] (AZEVEDO, 2017, p. 123).

As valências serão aplicadas exclusivamente às opiniões expressas por articulistas, pois os textos noticiosos não admitem juízos de valor explícitos.

Realizada a primeira diferenciação, segue-se a sequência de três passos recomendados por Porto (2004) a fim de aplicar a metodologia, especificamente: 1) a especificação dos níveis de análise, com enquadramentos focados em indivíduos,

ou no desempenho de candidatos em pesquisas, apresentação de propostas programáticas, dentre outros e não são excludentes; 2) a identificação das principais controvérsias políticas em torno das quais ocorrem disputas de interpretações e das ênfases para determinação dos aspectos de realidade abordados e, 3) o estabelecimento de parâmetros objetivos para análise do conteúdo dos enquadramentos. Em vista disso, identifica-se e se analisa as seguintes categorias internas aos textos: título; sujeitos; argumentos; instituições; e enfoques. Nessas categorias, serão observadas recorrências a serem tensionadas com conceitos de democracia representativa e de imagem pública e suas ancoragens, no que tange às visibilidades produzidas e dadas a ver no site do PT e nos dois jornais e do carisma atribuído a Lula e de indicativos de tensões entre diferentes atores sociais relacionadas à qualidade da democracia, norteadores teóricos utilizados para analisar os aspectos sobre o que é dado a ver ou encoberto sobre a personalidade de Lula na cobertura dos acontecimentos por ele protagonizados.

6. A visibilidade das caravanas do Nordeste e no Rio Grande do Sul

A visibilidade das caravanas esteve delimitada pela propaganda e pela notícia. De um lado, os interesses do Partido na projeção do pré-candidato Lula, com o registro de informações e a propaganda; por outro lado, a visibilidade da Caravana submetida a critérios jornalísticos e políticos.

6.1 O site do PT: propaganda dos eventos e Lula

A caravana no Nordeste, no site do PT é mostrada através do interesse mútuo entre Lula e apoiadores conformados a se verem (LANDOWSKI, 1992), o que ocorre desde o primeiro ato da etapa Nordeste da Caravana, em Salvador, quando é recepcionado por 2 mil pessoas, de acordo com informações do site. (FIGURAS 1 e 2, em anexo).

Ainda na Bahia, em visita à Universidade Federal do Recôncavo Baiano, participou do IV Encontro da Juventude e recebeu homenagem, alternativa encontrada também para substituir a honraria do título de Doutor Honoris Causa cujo impedimento foi criticado por Lula em entrevista. O título era o reconhecimento pela construção de universidades públicas durante seu governo e

ao longo da Caravana foi agraciado com títulos e agradecimentos concedidos por professores e alunos, sendo a Educação um dos temas principais da pré-campanha de Lula: "O diploma para a filha de quilombola é o meu título... Nós não fizemos universidades para que eu recebesse título. Fizemos para garantir que a juventude brasileira tivesse a oportunidade de estudar." (PT, 2017). Lula também foi homenageado por uma turma da Universidade de Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), em São Francisco do Conde, na Bahia. (FIGURA 3, em anexo).

Outras indicações do interesse mútuo entre Lula e apoiadores foram os depoimentos recorrentes de beneficiados por políticas sociais dos governos do petista, nas quais se dizem gratos pela vida que tinham e possuem esperanças de retomar caso o ex-presidente concorresse e vencesse as eleições, sendo este um tema frequente da propaganda do PT para reforçar a legitimidade de Lula candidato. Exemplo disso se observa na declaração de Josefa dos Passos Santos, catadora de mangaba no Sergipe: "[...] eu vou voltar para as urnas se ele voltar para ser presidente. Se ele não voltar, eu também não volto mais (às ruas). Eu prefiro pagar uma taxa, mas não voto mais" (PT, 2017). Esta exaltação à liderança de Lula cumpre uma das premissas tradicionais da propaganda política, uma vez torna visível a exaltação do líder por seus seguidores.

Outros episódios promovidos no site, para legitimação e promoção do Lula candidato, foram as homenagens de estudantes universitários, dançarinas quilombolas, lideranças indígenas, políticos que queriam ser vistos com Lula, além de outros apoiadores, com diferentes faixas etárias, etnias, gêneros e crenças. A diversidade foi demonstrada ao longo da propaganda no período pré-eleitoral como indicativo de um interesse mútuo e da referência ao brasileiro presente nos discursos de Lula. Dentre os regimes de visibilidade dados a ver pelo site do PT, é sugerida por Lula, a vontade da imprensa de referência e de veículos de mídia eletrônica, principalmente a TV Globo, que não havia mencionado a existência da Caravana na grade da programação jornalística e que não queria vê-lo. Neste caso, o ator *media* não estaria em cena, pré-requisito para concretização da relação de visibilidade (LANDOWSKI, 1992).

O Judiciário brasileiro também foi criticado, principalmente nas figuras dos procuradores da Operação Lava Jato e do juiz federal Sérgio Moro. Lula critica a

vontade de quererem ver/obter provas concretas do envolvimento dele em crimes de corrupção, o que se constituiria em voyeurismo (LANDOWSKI, 1992) atribuído aos atores mencionados. Percebe-se, assim, que há temas da pré-campanha reforçados ao longo da caravana, conforme a própria promessa de os brasileiros serem 'felizes de novo' mediante um terceiro mandato presidencial e as reiteradas críticas contra adversários, Isto feitas em discursos simplificados, com metáforas e frases de efeito, além da intenção de visibilizar qualidades ideais, como popularidade, conforme Rees (2005).

É possível identificar, no site do PT, a tentativa de reforçar um carisma puro atribuído a Lula por um séquito de seguidores que dele dependeriam por terem a felicidade condicionada ao retorno do ex-presidente à Presidência, conforme reforça a propaganda do partido. Lula também é mostrado como presidenciável, defensor da sociedade dedicado à resolução de problemas de seus seguidores e determinador de caminhos a serem por eles tomados.

A Caravana no Rio Grande do Sul foi alvo de agressões e atos de hostilização sofridos nos três estados da região Sul, desde Bagé. A situação é denunciada por PT e Lula como a vontade de manifestantes não quererem ver a passagem da comitiva do partido por seus municípios, em sinal de contrariedade diante do atrevimento, segundo termo de Landowski, de Lula em visitar a região após saber de represálias planejadas em sites de redes sociais. Nas reclamações e reivindicações por mais segurança publicadas no site, intensifica-se a frequência das críticas contra os acusados de perseguir a instituição e o presidenciável Lula, sejam ruralistas apoiadores de Jair Bolsonaro, os autores das represálias violentas, ou representantes dos Poderes Públicos. Nisso, Lula se declara e é mostrado como perseguido na cobertura do partido, através da desqualificação dos agressores em discursos proferidos durante comícios, porém, as agressões estão ausentes das fotografias publicadas no site, por não caber à propaganda política mostrar seu representado em cenas que podem ser interpretadas como sinal de fraqueza, comprometendo a sedução e persuasão do eleitor, compromisso inverso à normatividade da prática jornalística. Ao contrário, Lula é fotografado de maneira recorrente sendo acolhido por apoiadores. (FIGURA 11, em anexo).

6.2 Enquadramentos da Folha de São Paulo e Zero Hora

O capítulo de análise deste artigo é dividido em duas partes. Na primeira, são analisados os enquadramentos de textos noticiosos e interpretativos na cobertura jornalística da Folha de São Paulo sobre a etapa Nordeste da Caravana em tensionamento com o referencial teórico de imagem pública a partir da observação de categorias internas aos textos. Na segunda parte, analisam-se os enquadramentos da cobertura do jornal Zero Hora a respeito da passagem de Lula pelo Rio Grande do Sul durante a etapa Sul do evento.

6.2.1 A *Folha de São Paulo* sobre a Caravana no Nordeste

A visibilidade da Caravana é identificada na junção de títulos, sujeitos, argumentos, instituições e enfoques.

a) Títulos

Dentre as principais características dos títulos de reportagens e colunas está o nome de Lula, em evidência. Contudo, o nome só é o primeiro substantivo do título quando o predicado da frase mostrada remete a conflitos e respostas de Lula a estes, adversidades encontradas pela caravana ou a alianças políticas criticadas em textos da cobertura jornalística, conforme segue:

- *Caravana de Lula no Nordeste enfrenta percalços;*
- *Em caravana, Lula diz que vai à briga caso concorra à Presidência;*
- *Lula diz que já 'apanhou demais' e que elites perseguem conquistas* do PT;
- *Lula diz a rádio que é grato a Sarney e Renan Calheiros.*

Desse modo, percebe-se que é induzida a interpretação da personalidade de Lula como uma pessoa agressiva, por dizer que vai à briga, além de elogios a políticos favoráveis ao impeachment de Dilma Rousseff.

b) Sujeitos e argumentos

Os sujeitos identificados nos textos, além de Lula, são políticos do PT, políticos aliados, apoiadores, políticos adversários, um reitor de universidade, grupos da sociedade civil opositores ao partido e magistrado que impediu concessão de título de Doutor Honoris Causa ao ex-presidente.

Nas interações de Lula com políticos petistas e apoiadores, são visibilizadas declarações do ex-presidente afirmando que zelaria pelo bem-estar deles. Estabelece-se, assim, relação de conformidade através da ostentação de Lula perante espectadores que desejam vê-lo em representação de papéis públicos (LANDOWSKI, 1992). A primeira situação em que tal relação é mostrada consiste no desejo de o Reitor da Uneal querer ver Lula por manter cerimônia de título de Doutor Honoris Causa, apesar de ameaçado de morte em função disso.

Situação semelhante ocorre na admissão de espontaneidade no interesse de Lula discursar em atos públicos e nos trabalhadores rurais e militantes do MST vê-lo, conforme texto da Folha de São Paulo, por "*simpatizantes que foram beneficiados com programas sociais em um ato sobre agricultura familiar*". Quanto ao termo utilizado para designar apoiadores de Lula, prevalece o uso da palavra 'militante', atribuindo a esta categoria irracionalidade por apoiarem o ex-presidente incondicionalmente, por argumentarem que Lula era inocente das acusações sofridas, devido à ausência de provas. Nesse caminho, atribui-se desatenção civil (LANDOWSKI, 1992) a esses sujeitos que querem não ser vistos, neste caso, Lula com relação à dita fraqueza apontada em textos opinativos e crimes de corrupção a ele atribuídos, encontra conformidade na vontade da militância e de eleitores quererem não ver tais aspectos.

Exceto por um artigo assinado por André Singer, prevalecem valências negativas nos textos interpretativos sobre Lula e a caravana no Nordeste. Nas colunas intituladas "*A Paulada de Palocci*"; "Digo, Lula"; e "'Lula, o dilema do PT", é argumentado que Lula não possui a popularidade de outrora e que simula força política que já não tem, reforçando o caráter de réu criminalizado por corrupção passiva e lavagem de dinheiro, sob risco de ser preso, o que tende a colocar em risco o reconhecimento do carisma do ex-presidente. (FIGURAS 4 e 5, em anexo). Lula, por outro lado, tem as alegações de perseguição visibilizadas pela Folha de São Paulo e contestadas nos textos opinativos. Nesse caminho, segundo colunas e reportagens, a narrativa de perseguição de Lula não corresponde à realidade e tende a ser aceita como versão pela militância, sem encontrar eco junto à opinião pública. Por mais que sondagens de votos publicadas pelo Instituto Datafolha deem conta da liderança de Lula em diferentes cenários eleitorais projetados e tais resultados sirvam de ilustração nas reportagens, é ignorado como parâmetro de aferição de apoio junto à opinião pública, da qual militantes e

eleitores nordestinos estariam apartados, segundo o jornal.

c) Instituições

As instituições mencionadas nas reportagens com falas de Lula e de outros políticos são em maioria pertencentes ao Sistema Judiciário, evocadas para contextualizar e relembrar processos criminais sofridos por Lula, na maioria das vezes. São citados o STF, a Justiça Federal e a Procuradoria Geral da República, além de procuradores e juízes, criticados por Lula e/ou responsáveis por julgá-lo. Também são citados partidos políticos, o hospital Santa Casa, em Salvador, por se recusar, segundo político petista, a conceder terreno para sede de comício de Lula, além de universidades públicas criadas nos governos federais do PT. Afere-se, portanto, que são enfatizadas versões de Lula criminalizado em meio a diferentes conflitos, por ser dado destaque aos processos criminais mesmo passados meses.

d) Enfoques

Os enfoques predominantes adotados na cobertura da Folha de São Paulo se referem às alianças políticas firmadas por Lula nos bastidores da política, conflitos, agressividade atribuída a ele e públicos esvaziados em comícios. Lula é mostrado, em síntese, como fisiologista, abandonado por parte da população e disposto a entrar em confrontos com opositores. Esse conjunto de comportamentos aponta para o ex-presidente como distante do exercício de um carisma puro, sendo, ao contrário, retratado enquanto 'homem comum', de qualidades cotidianas.

As alianças de Lula são referidas pelo jornal, mediante situação de flagrância (LANDOWSKI, 1992), em publicação de informações reservadas ao sigilo por PT e Lula, acerca do jantar com a viúva de Eduardo Campos, Renata Campos, como articulação para possível apoio a Haddad nas eleições presidenciais caso impedido de se candidatar. Lula teria se encontrado com políticos do PSB e estado próximo de Calheiros publicamente, sendo que ambos necessitavam ocupar a cena pública papéis, em busca de apoio em Alagoas.

6.2.2 *Zero Hora* sobre a Caravana no Rio Grande do Sul

A visibilidade da Caravana é identificada na junção de títulos, sujeitos, argumentos, instituições e enfoques.

a)Títulos

Lula é invariavelmente sujeito das ações expressas nos títulos da cobertura da Zero Hora durante a passagem da Caravana no Rio Grande do Sul. É dado destaque para declarações dele em resposta a hostilizações sofridas pela comitiva do partido em municípios do estado, e, ao elucidarem confrontos, mencionam manifestantes favoráveis e contrários a Lula:

- *'Em São Borja, Lula se diz envergonhado com o comportamento de algumas pessoas no RS';*
- *'Antes de iniciar caravana no RS, Lula participou de ritual de proteção na Bahia';*
- *'Lula é recebido com protesto e festa em São Vicente do Sul';*
- *'Manifestantes contrários e favoráveis a Lula trocam agressões no campus da UFSM'.*

Com exceção de um dos textos interpretativos, não são atribuídos juízos de valor ao evento ou ao presidenciável nos títulos que na maioria das vezes enfatizam confrontos e não as agressões sofridas por petistas na etapa da Caravana.

b) Sujeitos e argumentos

Além de Lula, os sujeitos visibilizados nas matérias da Zero Hora são lideranças políticas do PT, apoiadores do ex-presidente - dentre eles integrantes do MST -, indígenas, policiais, membros do Executivo, políticos opositores, ruralistas e integrantes do MBL contrários à passagem da Caravana por seus respectivos municípios. Um dos membros do PT com mais declarações transcritas nas matérias do veículo é o presidente do partido no estado, Pepe Vargas, em função de questionamentos sobre a manutenção da Caravana diante das sucessivas agressões.

Os argumentos de Lula transcritos nas notícias são de alegação de inocência em resposta a acusações e condenação jurídica. Para tanto, criticou aqueles que considerou seus perseguidores, incluindo o então juiz federal de primeira

instância, Sérgio Moro, o conglomerado midiático Rede Globo e ruralistas chamados por ele de cabos eleitorais, em alusão ao então deputado federal Jair Bolsonaro.

As relações de visibilidade (LANDOWSKI, 1992) estabelecidas entre Lula e seus espectadores ocorrem em caráter de complementaridade, pelo interesse mútuo em se verem, mas também através de atrevimento. já que o partido e o presidenciável sabiam de antemão da tendência em serem recebidos com protestos durante a etapa da Caravana, por manifestantes que não queriam vê-lo.

Além disso, Lula alegou inocência e culpou elites econômicas por retirarem direitos conquistados pela população pobre e por os odiarem reduzindo os opositores a uma única categoria. Esta ação é a simplificação do inimigo. Em consonância com as agressões cometidas por ruralistas e/ou membros do MBL, a senadora Ana Amélia Lemos elogiou a violência contra Lula e PT, também desqualificando o dito inimigo de modo simplista, chamando-os pelo adjetivo "maus". O recrudescimento da violência, a ausência de argumentos racionais e de consensos ou decisões razoáveis entre manifestantes e políticos são indicativos do distanciamento de falas e ações de governantes com os anseios de parte de seus representados e destes por recusarem trocas simbólicas com possíveis interlocutores.

Em texto interpretativo de valência negativa tem o título *'Reações primitivas para a caravana inoportuna de Lula'*, o caráter irracional dos confrontos é denunciado, fazendo-se a ressalva de que apoiadores petistas foram agredidos primeiro e condena as agressões e o elogios a elas, porém, é dito também que o ex-presidente já não tem a mesma popularidade de antigamente. O texto é o único a não apresentar versão explícita de equilíbrio no espaço conferido no interior dos textos a trocas de agressões entre apoiadores e opositores de Lula. Mais, nas matérias da cobertura da Zero Hora, opositores de Lula são mostrados em destaque quando pilchados, ou seja, vestidos com indumentária típica do tradicionalismo gaúcho, incluindo, em conotação semelhante, Ana Amélia Lemos e colegas do PP sorrindo próximos da bandeira do estado. (FIGURA 6, em anexo).

Os momentos em que as declarações de entrevistados não tratam de adjetivos de acusação e revide, tratam de transcrições de falas de policiais responsáveis por evitar e coibir conflitos. Também foram mencionadas tentativas

do partido em exigir aumento da proteção a Lula e Dilma devido ao risco alegado e a serem ex-chefes de Estado.

c) Instituições

As instituições mencionadas com mais frequência na cobertura de Zero Hora são a Justiça Federal e o TRF-4, em função das rememorações da condenação de Lula, além da Brigada Militar, responsável por evitar agressões ao longo do evento. Inclusive, policiais do comando da instituição são fontes recorrentes das matérias.

d) Enfoques

Os principais enfoques de Zero Hora na cobertura da Caravana são a criminalização de Lula, a manutenção do evento mesmo com a condenação e hostilizações sofridas, com ênfase no embate entre os indivíduos, e a possibilidade de candidatura, mas também da prisão do ex-presidente. Apesar de Lula não ter reagido à violência contra a Caravana, é dito, em texto sobre a proteção recebida de indígenas, que Lula estava com semblante preocupado, sendo mostrado sempre com semblante sério ou com expressões faciais indicando que gritava, combinadas com gestos de dedo em riste durante discursos, em tentativa de demonstração da ausência de moderação necessária a líder político, conforme Max Weber (2001), enquanto manifestantes em oposição são visibilizados de maneira positiva quando pilchados. (FIGURAS 7, 8 e 9, em anexo).

Em comum com a etapa Nordeste da Caravana Lula pelo Brasil, são visibilizadas as acusações e comparações do ex-presidente com algozes, a exemplo de quando Lula afirmou que era mais honesto do que todos os seus acusadores. Logo, os enquadramentos da Zero Hora sobre Lula e o acontecimento por ele protagonizado enfatizam o conflito entre apoiadores e opositores do ex-presidente (FIGURA 10, em anexo), mostrando o petista isolado, hostilizado e incomodado com a violência sofrida nos eventos, distante do objetivo por ele almejado, segundo o veículo.

7. Considerações Finais

Decorridas as etapas da Caravana Lula pelo Brasil, apresentam-se como aspectos que incidem sobre a construção da imagem pública do presidenciável no período referido, a dicotomia entre as visibilidades produzidas no âmbito da propaganda política, que mostram-no como candidato ideal, e tentativas de desconstrução dessa imagem nas coberturas jornalísticas da Folha de São Paulo sobre a passagem de Lula pela região Nordeste e da realizada por Zero Hora sobre o evento no Rio Grande do Sul.

Na propaganda política do PT, é mostrada a vontade mútua de Lula e apoiadores se verem, vínculo mantido em função de ações políticas pregressas e de discursos do ex-presidente. A violência e demais adversidades com as quais a Caravana se deparou nas duas regiões do País são visibilizadas para reforço da narrativa de Lula perseguido por detratores. No entanto, os motes da propaganda do PT obtiveram parca visibilidade nas coberturas dos dois veículos jornalísticos.

Os enquadramentos da cobertura no site da Folha de São Paulo enfatizam uma versão de Lula criminalizado, envolvido em negociações políticas moralmente questionáveis, segundo textos interpretativos, e de egoísmo vinculados ao interesse pessoal e da legenda. O reconhecimento à força política e popularidade do passado de governante é evocado, a exemplo do que ocorre em texto da Zero Hora, para indicar que a imagem de Lula é desfavorável no período de publicação da cobertura, em descompasso com a imagem favorável quando presidente, em tentativa de colocá-la em dúvida. Nessa direção, consideram errônea a realização da Caravana e enfocam a deslegitimação do acontecimento ao desqualificarem os apoiadores de Lula e apontarem-no como agressivo.

A cobertura jornalística de Zero Hora apresenta semelhanças com a realizada pela Folha de São Paulo na etapa Nordeste. Nela, Lula é mostrado como isolado e irritadiço, autoproclamado presidenciável, porém mais próximo do cárcere do que de um terceiro mandato presidencial. Ao contrário da desqualificação de eleitores nordestinos, dá destaque para manifestantes gaúchos pilchados e anti-Lula, colocando-os em pé de igualdade com apoiadores de Lula agredidos com endosso de sujeitos políticos, recrudescimento da violência indicativo da recusa da discussão política e do déficit de qualidade da democracia.

Portanto, a disputa constante pela construção e desconstrução da imagem pública de Lula demonstra versões predominantes sobre o abandono a Lula, criminalização e versões compartilhadas pelos espaços de visibilidade jornalística quanto à simultânea dedicação ao bem-estar da população e de eleitores, de um lado, e ações de privatização de negócios públicos para beneficiamento próprio.

Referências

ALBUQUERQUE, A. O paralelismo político em questão. **Revista Compolítica**, v. 2, n. 1, p. 6-28, jan./jun. 2012. Disponível em: http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/2985/paralelismo_político_questão_albuquerque.pdf?sequence=1. Acesso em: 10 jun 2018.

ALDÉ, A.; MENDES, G.; FIGUEIREDO, M. Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006. In: LIMA, V. A. (Org.) **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007. p. 65-87.

AZEVEDO, Fernando. **A grande imprensa e o PT (1989 - 2014)**. São Carlos: EduFSCar, 2017.

BALDISSERA, R. Comunicação, identificações e imagem-conceito. In: XXIX **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília: Intercom**, 2006.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da Democracia: uma defesa das regras do jogo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

DAHL, Rorbert. **Sobre a democracia**. Brasília: Editora UnB, 2001.

DOMENACH, Jean Marie. **A Propaganda Política**. Disponível em: http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/proppol.pdf Acesso em: 30 mar. 2018

ESTEVES, J. **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. Circulação e audiência. Folha de S. Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/institucional/circulacao.shtml?fill=5. Acesso em: 10 jan. 2019.

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, W.; MAIA, R. **Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

GRABE, E; BUCY,P. **Image bite politics – news and the visual framing of elections**. New York: Oxford University Press, 2009.

LANDOWSKI, Erick. **A sociedade refletida**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

REES, Laurence. **Vende-se Política**. Rio de Janeiro: Revan, 1995.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1995.

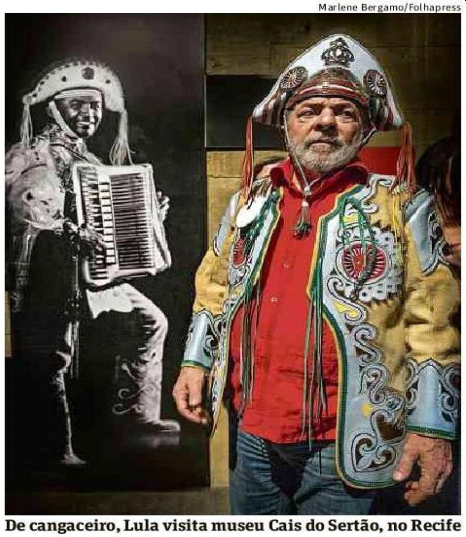
WEBER, Maria Helena. Na Comunicação Pública, a captura do voto. In: **LOGOS 27**: Mídia e Democracia. Rio de Janeiro: ano 14, 2o semestre de 2007, p. 21-42.

WEBER. Maria Helena. Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In: MAIA,

Rousiley; CASTRO, Maria C.P.S. (Org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. (p. 117-136).

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva.** Brasília, DF: Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de SP, 1999.

ANEXO 1 - *FOTOGRAFIAS DA CARAVANA NO NORDESTE*

Figura 1 - Lula abraçado por apoiadora em Cruz das Almas (BA), site do PT, 18 ago. 2017. (Site PT)	**Figura 2 - Lula estende a mão para apoiadores em Morada Nova (CE), 29 ago, 2017 (Site PT)**	**Figura 3 - Formando da Unilab e Lula se cumprimentam, 19 ago 2017 (Site PT)**
Figura 4 - Público chegando em ato na cidade de Picos (PT), 4 set, 2017 (FSP)	**Figura 5 - Lula no Museu Cais do Sertão (PE), 25 ago, 2017. (FSP)**	
Ex-presidente Lula faz discurso para um público reduzido na cidade de Picos, no Pi	Marlene Bergamo/Folhapress  De cangaceiro, Lula visita museu Cais do Sertão, no Recife	

ANEXO 2 : *FOTOGRAFIAS DA CARAVANA NO RIO GRANDE DO SUL*[5]

Figura 6 - Senadora Ana Amélia Lemos (PP) em convenção do partido, 24 mar, 2018 (ZH)

Figura 10 - Apoiadores e opositores de Lula frente a frente em Santa Maria (RGS), 20 mar,

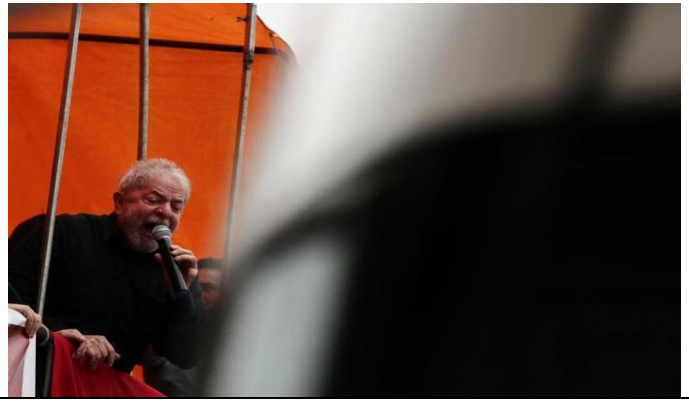


Figura 8 - Manifestante anti-Lula pilchado acompanha os protestos, 22 mar, 2018 (ZH)

Figura 9 - Lula e Mujica na fronteira em Santana do Livramento, 19 mar, 2019 (ZH)

Figura 10 - Apoiadores e opositores de Lula frente a frente em Santa Maria (RGS), 20 mar, 2018. (ZH)

Figura 11 - Lula cercado de apoiadores em chegada a Cruz Alta (RS), 22 mar, 2018 (Site PT)

[5] O site do PT não publicou fotos das manifestações hostis e agressões sofridas pela Caravana, no Rio Grande do Sul.